

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting untuk menunjang aktivitas manusia. Dalam era globalisasi saat ini, persaingan yang terjadi pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang transportasi menjadi semakin ketat. Oleh sebab itu, setiap perusahaan transportasi harus mampu mengatur manajemennya. Dengan baik, yaitu dengan cara menetapkan langkah-langkah yang tepat dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Dengan tujuan perusahaan meningkatkan kualitasnya untuk meningkatkan angka permintaan terhadap kereta api. Selain itu perusahaan harus mampu menyiapkan strategi agar tidak tersingkir dari persaingan pasar yang sangat ketat. Keberhasilan dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan tersebut sangat tergantung pada kemampuan manajemen perusahaan dalam membuat perencanaan.

Di Indonesia kereta api merupakan salah satu alat transportasi yang masih banyak diminati oleh masyarakat. Namun dengan kenyataan yang ada kereta api belum tentu memenangi persaingan dengan transportasi lain seperti pesawat dan bus. Oleh karena itu PT Kereta Api DAOP VII Madiun berupaya melakukan perbaikan yang dinggap kurang dan meningkatkan pelayanan khususnya kereta api kelas eksekutif agar dapat bersaing dengan

transportasi udara seperti pesawat, selain itu untuk menarik minat masyarakat untuk menaiki transportasi kereta api.

Kepuasan konsumen akan dirasakan setelah membeli barang jasa tersebut yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian berikutnya. Konsumen akan melakukan pembelian apabila merasakan kepuasan sedangkan ketika konsumen tidak merasa puas tidak akan menggunakan jasa tersebut lagi. Menurut Lamb, dkk (2001) bahwa perilaku konsumen menunjukkan bagaimana konsumen dalam membuat keputusan pembelian barang atau jasa.

Untuk menarik konsumen agar menggunakan jasa transportasi kereta api eksekutif, maka perusahaan itu sendiri harus membenahi sektor-sektor yang dirasakan masih kurang maksimal agar konsumen merasakan kepuasan yang berdampak terhadap pembelian jasa. Menurut Tjiptono (2004) apabila jasa yang dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas jasa tersebut dianggap baik dan memuaskan. Oleh karena itu, PT. KAI DAOP VII Madiun meningkatkan pembelian terhadap penggunaan kereta api kelas eksekutif dengan usaha memperbaiki kekurangan yang ada untuk tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Untuk menarik minat konsumen maka perusahaan gencar melakukan promosi secara besar-besaran melalui media masa seperti iklan, koran dan televisi. Era moderen seperti ini masyarakat lebih cenderung menggunakan alat komunikasi dan maupun akses kegiatan menggunakan televisi dan media lainnya.

Kota Madiun sendiri, transportasi kereta api merupakan sarana yang menjadi unggulan dalam permintaan pasar. Kereta api kelas eksekutif sendiri lebih diminati dibandingkan dengan kelas bisnis maupun dengan transportasi lain seperti pesawat dengan pelayanan yang dikatakan sama, sehingga diharapkan kereta api eksekutif dapat memenangkan persaingan untuk mendapatkan minat masyarakat dan menyebabkan penggunaan kereta api meningkat. Menurut Nuraini (2013) permintaan itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut : harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan rata-rata masyarakat, selera masyarakat, jumlah penduduk, promosi dan ramalan keadaan di masa mendatang, Sehingga dapat menyebabkan persaingan antar jasa transportasi seperti pesawat, kereta api dan sejenis transportasi lain.

Madiun merupakan tempat pembuatan industri Kereta Api Indonesia yaitu perusahaan INKA. Oleh karena itu pendapatan terbesar ditopang dari pendapatan PT. KAI Madiun dan lokasi stasiun Madiun terletak dekat dengan pembuatan Kereta Api. Stasiun Madiun merupakan salah satu stasiun yang mempunyai letak strategis karena dilalui oleh semua kereta api dari arah utara , selatan maupun timur pulau Jawa seperti kota tujuan Surabaya, Banyuwangi, Malang, Yogyakarta, Bandung dan Jakarta dengan kereta kelas ekonomi, bisnis, dan eksekutif. Semua jalur yang melintasi jalur kereta api Solo – Kertosono pasti akan berhenti di stasiun Madiun.

Ketika konsumen memilih untuk menggunakan jasa Kereta Api dibandingkan transportasi lain , maka minat menggunakan kereta api

eksekutif akan naik dan berdampak positif juga terhadap pengoperasian di Stasiun Madiun menjadi ramai peminatnya. Sedangkan untuk masyarakat disekitar juga akan menaikkan penjualan makanan pada toko disekitar area stasiun Madiun. Untuk itu pihak pengelola Kereta Api harus memberikan kenyamanan dan Pelayanan yang maksimal dan memperbanyak iklan promosi agar masyarakat lebih tau tentang informasi seputar kereta api dan menarik minat konsumen..

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN MINAT MENGGUNAKAN JASA KERETA API EKSEKUTIF DI MADIUN “**.

#### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimanakah karakteristik sosial ekonomi penumpang kereta api Eksekutif di Madiun?
2. Apakah ada korelasi antara persepsi harga tiket kereta api, promosi, pelayanan, dan kenyamanan dengan minat menggunakan jasa transportasi kereta api eksekutif di Madiun?

### **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah yang digunakan untuk menghindari agar penelitian ini tidak terlalu menyimpang terlalu jauh dan menghindari meluarnya permasalahan yang ada, maka penulis membatasi masalah yaitu:

1. Penelitian dilakukan pada kereta api yang berangkat dari stasiun kota Madiun
2. Variabel terikat minat diukur dengan keputusan pembelian .
3. Penelitian ini hanya menggunakan variabel bebas persepsi harga tiket kereta api, promosi , pelayanan, dan kenyamanan.

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dapat dijelaskan tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui karakteristik sosial ekonomi penumpang kereta api eksekutif di Madiun.
2. Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel persepsi harga tiket kereta api, promosi, pelayanan, dan kenyamanan dengan minat menggunakan jasa transportasi kereta api eksekutif di Madiun.

## **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini yaitu :

1. Bagi Perusahaan :

Memberikan informasi tentang faktor-faktor yang meningkatkan minat pada perusahaan PT.Kereta Api dan membenahi salah satu faktor yang dirasakan kurang oleh penumpang kereta api.

2. Bagi Masyarakat

Memberikan informasi pada masyarakat gambaran umum tentang PT. Kereta Api Daop VII Madiun dan faktor-faktor yang berhubungan dengan minat menggunakan kereta api eksekutif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.